

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK HANASUI
PADA *E-COMMERCE* SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA STIA
TABALONG)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana



Oleh:

Viona Aulia Rachma

NIM. 221632111191

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI TABALONG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK HANASUI PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(STUDI KASUS MAHASISWI PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
STIA TABALONG)

A. Nama Mahasiswa : Viona Aulia Racma

N I M : 221632111191

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

B. Disetujui oleh

Pembimbing : Nadi Fikri Rijali, S.A.B., M.A.B. (.....)
NIDN. 1108118803

Penguji I : Ahmad Farhani, S.Kom, M.A.B. (.....)
NIDN. 1112089102

Penguji II : Septiadi Wirawan, S.Psi., M.M. (.....)
NIDN. 1125098304

C. Dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~ dalam mempertahankan ujian skripsi pada tingkat Strata Satu (S-1) pada tanggal 26 Mei 2025.

Mengetahui:

Tanjung, 26 Mei 2025

Ketua STIA Tabalong,

Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga,

Hj. Rahmi Hayati, S.Sos., M.A.P. ii
NIK 005 057 012

Shinta Avriyanti, S.E., M.A.B.
NIK 005 057 058

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viona Aulia Rachma

NIM : 221632111191

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul : Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Hanasui Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Administrasi Niaga Stia Tabalong).

Menyatakan dengan sebenar-benarnya sepanjang sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjung, 18 Juni 2025

Viona Aulia Rachma
NIM. 221632111191

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak yang menolong dan membimbing penulis dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Rahmi Hayati, S.Sos., M.A.P. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Tabalong.
2. Ibu Shinta Avriyanti, S.E., M.A.B. selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga.
3. Bapak Nadi Fikri Rijali, S.A.B., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staf Akademik STIA Tabalong yang telah memberikan bantuan atau masukan-masukan untuk selesainya skripsi ini.
5. Orang tua yang telah menjaga saya dalam doa-doa mereka, serta selalu mendukung saya untuk mengejar impian saya apapun itu.
6. Seluruh Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga STIA Tabalong atas kesediaan dan partisipasinya dalam penelitian ini.
7. Partner bimbingan yang selalu ada Yenny, Putri dan Azalia yang sudah membantu, menemani, dan mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

RINGKASAN

Viona Aulia Rachma, Nim. 221632111191, Program Strata Satu (S-1) Ilmu Administrasi Niaga Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, 2025. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Hanasui Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga STIA Tabalong), Dosen Pembimbing: Nadi Fikri Rijali, S.A.B., M.A.B.

Berdasarkan artikel triliun.swipe, yang berjudul Mobilitas masyarakat naik, belanja online di Indonesia menurun selama 2022.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Hanasui Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga STIA Tabalong) dan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian diperoleh dengan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga STIA Tabalong yang berjumlah 65 responden. Teknik sampling yang digunakan ialah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data diuji dengan statistika.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Hanasui pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga STIA Tabalong) dan besarnya pengaruh *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Hanasui pada *E-Commerce* Shopee sebesar 5,8% dan sisanya 94,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian, Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. karena dengan kehendaknya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Hanasui Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga Stia Tabalong)”.

Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada Bapak Nadi Fikri Rijali, S.A.B, M.A.B. selaku Dosen Pembimbing yang telah mengajarkan dan membimbing dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bisa berguna dalam proses pengajaran dan pendidikan untuk kedepannya.

Tanjung, 18 Juni 2025

Viona Aulia Rachma
NIM. 221632111191

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
RINGKASAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Deskripsi Teori.....	15
C. Kerangka Konseptual.....	43
D. Hipotesis.....	43
BAB III. METODE PENELITIAN.....	44
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian Teori.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel.....	44
D. Definisi Operasional Variabel.....	46
E. Sumber Data.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data.....	53
H. Waktu Penelitian.....	59
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	60
B. Hasil Penelitian.....	61

	C. Pembahasan.....	82
BAB V.	PENUTUP.....	87
	A. Kesimpulan.....	87
	B. Saran.....	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	90
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.2	Bobot Nilai Skala Likert.....	53
4.1	Usia.....	62
4.2	Semester.....	62
4.3	Statistik Deskriptif <i>Digital Marketing</i>	63
4.4	Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	64
4.5	Deskriptif Frekuensi <i>Digital Marketing</i>	65
4.11	Deskriptif Frekuensi Keputusan Pembelian.....	68
4.19	Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i>	73
4.20	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	74
4.21	Hasil Uji Reliabilitas <i>Digital Marketing</i>	75
4.22	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	76
4.23	Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test</i> ..	78
4.24	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	79
4.25	Hasil Uji Hipotesis (uji t).....	81
4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual.....	43
4.1	Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kartu Konsultasi Skripsi
2. Surat Keputusan
3. Kuesioner Penelitian
4. Tabulasi Data
5. Hasil Karakteristik Responden
6. Hasil Statistik Deskriptif
7. Hasil Deskriptif Frekuensi
8. Hasil Uji Validitas
9. Hasil Uji Reliabilitas
10. Hasil Uji Normalitas
11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Dan Uji Hipotesis (uji t)
12. Hasil Uji Koefisien Determinasi
13. Tabel-r
14. Tabel-t